



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon

**STRATEGI BISNIS BUDIDAYA IKAN LELE**  
**PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAMI**  
( Studi Kasus di Kelompok Budidaya Ikan Lele Kersa Mulya Bakti Kec.  
Kapetakan Kab. Cirebon )

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah-Satu Syarat  
Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE.I)  
Pada Jurusan Muamalah Ekonomi Perbankan Islam Fakultas Syariah  
Institut Agama Islam (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon

oleh:

IYAH SUKRIYAH  
NIM: I4112210064



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)**  
**SYEKH NURJATI CIREBON**  
**1436 H/ 2016 M**



## ABSTRAK

### **IYAH SUKRIYAH. 14112210064. Strategi Bisnis Budidaya Ikan Lele Perspektif Etika Bisnis Islami (Studi Kasus di Kelompok Budidaya Ikan Lele Kersa Mulya Bakti Kec. Kapetakan Kab. Cirebon)**

Kondisi bisnis dewasa ini penuh dengan tantangan dan persaingan, hal demikian mendorong para pelaku usaha untuk menciptakan strategi yang mampu memupuk keunggulan kompetitif melalui upaya-upaya yang kreatif, inovatif, serta efektif dan efisien, sehingga menjadi pilihan dari banyak konsumen yang pada akhirnya diharapkan dapat memenangkan persaingan. Dalam melakukan upaya-upaya tersebut, Politik, ekonomi, bisnis dan berbagai aspek lainnya yang kita alami dan kita lihat di sekeliling kita adalah politik, ekonomi dan bisnis yang tidak di barengi dengan etika atau disebut *non value laden*. Selama ini banyak orang memahami bisnis adalah bisnis, yang tujuan utamanya memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya, sehingga tidak jarang para pelaku bisnis menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan tanpa memerhatikan etika-etika dalam berbisnis. Kaitannya dengan hal itu, Islam mempunyai aturan dalam berbisnis, yang biasa dikenal dengan istilah Etika Bisnis Islami. Salah-satu pelaku bisnis yang sukses adalah kelompok budidaya ikan lele Kersa Mulya Bakti yang mampu memenangkan persaingan dalam bisnis pembudidayaan, namun dalam kesuksesannya tersebut apakah strategi bisnis Kersa Mulya Bakti sudah sesuai dengan Etika Bisnis Islami.

Berdasarkan hal-hal tersebut maka permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi bisnis budidaya ikan lele Kersa Mulya Bakti dilihat dari perspektif etika bisnis Islami dan bagaimana langkah-langkah Kersa Mulya Bakti dalam menyusun prinsip-prinsip strategi bisnisnya. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkapkan bagaimana strategi bisnis budidaya ikan lele Kersa Mulya Bakti serta langkah-langkah dalam menyusun prinsip-prinsip strateginya

Untuk metode penelitian yang digunakan, penulis menggunakan pendekatan kualitatif, dengan sumber data dalam penelitian ini adalah kata-kata dan tindakan objek yang di amati, dokumentasi dan sumber tertulis. Setelah data-data terkumpul melalui hasil interview, observasi dan dokumentasi maka selanjutnya penulis menganalisis dengan menggunakan metode deskriptif.

Dari hasil penelitian diketahui, strategi bisnis budidaya ikan lele Kersa Mulya Bakti meliputi: *pertama*, teknik budidayanya yang menggunakan Standar Oprasional Prosedur (SOP) tersendiri. *Kedua*, teknik pemasaran hasil budidayanya, dan *ketiga*, keorganisasian yang berprinsip kejujuran, kekeluargaan dan bekerja keras. Adapun langkah-langkah dalam menyusun prinsip-prinsip strategi bisnisnya adalah *Pertama*, Melakukan Analisa lingkungan. *Kedua*, Bermusyawarah. *Ketiga*, Menyamakan kesadaran untuk selalu berbuat jujur dan bekerja keras.



## ABSTRACT

**Iyah Sukriyah, 14112210064. “ Business Strategy Catfish Farming Perspective Of Islamic Business Ethics “ (A case studies on catfish farming group Kersa Mulya Bakti Kec. Kapetakan Kab. Cirebon)**

The condition of business now there are many chalenges and competitions, this problems give spirit to businessman to make the strategy in order to manure speciality of competitiv from the creativ efforts, effective, and efficient, so that to be choice from many customers finally perhaps can be champion the competitions. In doing the that efforts, politics, economy, business and all of other aspects. In this condition know is politics, economy and business are not have the ethics. Until know, there are many persons understand the business is business, have the main purpose to get the benefits so much, so that the businessman arre not seldom to permit of manner to get the benefits without look at the ethics in business. The correlation with this problems, Islam has the rules in business, namely Islam business ethic. One of the success businessman is Kersa Mulya Bakti can be winner in the chalenges of plantation business, but in this sucess, what is the business strategy of Kersa Mulya Bakti have done from Islam business ethic.

Trus the problem to be studied in this research is how the business strategy catfish farming group Kersa Mulya Bakti Perspective of Islamic business ethics and how the steps Kersa Mulya Bakti arrange principle its business strategy. The purpose of this study was to reveal how the business strategy of catfish farming Kersa Mulya Bakti Bakti Perspective Of Islamic Business Ethics and to reveal the steps in formulating the principles of the business strategy.

Methods of the research used a qualitative approach, with the data source of this research are the words and actions of the observed object, documentation and written sources. After the data collected through interviews, observation and documentation, the authors futher analyzed using descriptive method.

Of the results of research know, catfish farming business strategy Kersa Mulya Bakti include: *frist*, cultivation techniques that use a standar oprational procedure itself. Second, the technique of cultivation and marketing, and third, principled organizational honesty, family and work hard. As for the steps in preparing the principles strategy is to *frist* conduct environmental analysis, a *second* deliaberation, and *third*, likens awareness to pobud be honest and work hard.





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>NOTA DINAS</b> .....	iv
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	v
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	vi
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	vii
<b>MOTTO</b> .....	viii
<b>PEDOMAN TRANSLITASI</b> .....	ix
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xiii
<b>DAFTARTABEL</b> .....	xv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Batasan & Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan & Kegunaan Penelitian .....	7
D. Lireratur Review .....	8
E. Kerangka Pemikiran .....	10
F. Metodologi Penelitian .....	14
G. Sistematika Penelitian .....	17
<b>BAB II STRATEGI BISNIS BUDIDAYA IKAN LELE &amp; ETIKA</b>	
<b>BISNIS ISLAMI</b>	
A. Strategi Bisnis .....	19
1. Pengertian Strategi.....	19
2. Pengertian Bisnis .....	23
B. Budidaya Ikan Lele .....	26
1. Usaha Pembenihan .....	29
2. Usaha Pembesaran secara Intensif.....	30
C. Etika Bisnis Islami .....	32





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### BAB III KONDISI OBJEKTIF KERSA MULYA BAKTI

A. Sejarah dan Tujuan Kersa Mulya Bakti .....	40
B. Letak Geografis.....	42
C. Struktur Organisasi .....	42
D. Fasilitas dan Sarana.....	43
E. Kondisi Perikanan.....	44

### BAB IV STRATEGI BISNIS & LANGKAH-LANGKAH PENYUSUNAN PRINSIP-PRINSIP STRATEGI BISNIS KERSA MULYA BAKTI

A. Strategi Bisnis Budidaya Ikan Lele Kersa Mulya Bakti.....	52
1. Teknik Budidaya.....	52
2. Pemasaran Hasil Budidaya .....	53
a. Pembentukan Pokdakan.....	53
b. Timbangan yang Adil .....	53
c. Jenis Akad.....	56
3. Keorganisasian Kersa Mulya Bakti .....	59
B. Langkah-langkah Penyusunan Prinsip Strategi Bisnis .....	65

### BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan .....	71
B. Saran .....	71

DAFTAR PUSTAKA .....	72
----------------------	----

### LAMPIRAN-LAMPIRAN



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Menurut Mahmud Machfoedz bahwa bisnis adalah suatu usaha perdagangan yang dilakukan oleh sekelompok orang yang terorganisasi agar bisa mendapatkan laba dengan cara memproduksi dan menjual barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.<sup>1</sup> Tidak jauh dari pengertian usaha, usaha merupakan suatu bentuk transaksi yang dilakukan dalam rangka mencari suatu keuntungan atas modal yang telah dikeluarkannya. Dalam Islam usaha disamakan dengan perdagangan ataupun jual beli. Islam memandang bahwa usaha atau perdagangan merupakan suatu sarana untuk dapat memenuhi kebutuhan hidup manusia dalam kehidupan sehari-hari.<sup>2</sup> Dalam memenuhi kebutuhan hidup tersebut, sekarang ini kondisi bisnis penuh dengan tantangan dan persaingan, hal demikian mendorong para pelaku usaha untuk menciptakan strategi yang mampu memupuk keunggulan kompetitif melalui upaya-upaya yang kreatif, inovatif, serta efektif dan efisien, sehingga menjadi pilihan dari banyak konsumen yang pada akhirnya diharapkan dapat memenangkan persaingan.

Persaingan sangat penting bagi keberhasilan atau kegagalan perusahaan, persaingan menentukan kegiatan yang perlu bagi perusahaan untuk berprestasi, seperti inovasi, budaya yang kohesif atau implementasi yang baik. Strategi bersaing merupakan upaya mencari posisi bersaing yang menguntungkan dalam suatu industry, arena fundamental dimana persaingan berlangsung.<sup>3</sup>

Politik, ekonomi, bisnis dan berbagai aspek lainnya yang kita alami dan kita lihat di sekeliling kita adalah politik, ekonomi dan bisnis yang tidak di barengi dengan etika atau disebut *non value laden*.<sup>4</sup> Selama ini banyak orang

<sup>1</sup> Djohar Arifin dan Abdul Aziz, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: Deepublish, 2013), 10.

<sup>2</sup> Fadlilah Ibnu Sidiq Al-Qadiri, *Strategi Aman Berbisnis Sukses* (Yogyakarta: Surya Media, 2009), 1.

<sup>3</sup> Michael E. Porter, *Keunggulan Bersaing: Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul* (Jakarta: Erlangga, 1993), 1.

<sup>4</sup> Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 1.



memahami bisnis adalah bisnis, yang tujuan utamanya memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya. Hukum ekonomi klasik yang mengendalikan modal sekecil mungkin dan mengeruk keuntungan sebesar mungkin telah menjadikan para ‘pelaku bisnis’ menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan,<sup>5</sup> sehingga pelaku bisnis dalam menjalankan strategi usahanya tidak jarang yang melakukan tindak kecurangan, melanggar etika demi kepentingan pribadi atau kelompoknya. Kaitannya dengan hal itu, untuk menciptakan persaingan bisnis yang sehat Pemerintah Indonesia telah membuat aturan perundang-undangan tentang larangan praktek monopoli dan persaingan industri tidak sehat yakni yang tertuang dalam Undang-undang No.5 Tahun 1999 yang dikeluarkan pada tanggal 5 maret 1999.<sup>6</sup>

Tidak hanya aturan perundang-undangan, kegiatan perniagaan juga di atur dalam Islam. Islam adalah suatu ajaran Ilahi yang bersumber dari wahyu yang mengandung nilai-nilai universal dalam ajarannya, termasuk hal ini mengenai perniagaan. Islam telah mengatur kehidupan seorang Muslim dengan ketentuan syariah yang bersumber dari Al Qur’an dan As Sunnah. Al Qur’an adalah petunjuk-petunjuk dari Tuhan yang diwahyukan secara literal kepada Nabi Muhammad Saw, disamping itulah Al Qur’an menyatakan dirinya sebagai petunjuk yang lengkap bagi kehidupan manusia. Setelah Al Qur’an, Sunnah Nabi merupakan aturan kedua yang mengatur perilaku manusia. Sunnah adalah praktik-praktik yang dicontohkan oleh Rasulullah Saw. serta ucapan-ucapannya.<sup>7</sup>

Dalam faktanya, dalam usaha tersebut, seseorang tidak dibenarkan melakukan kecurangan-kecurangan yang dapat merugikan salah satu pihak. Apabila dalam usaha terjadi sebuah kecurangan-kecurangan tertentu, otomatis usaha yang dijalankan tersebut menjadi haram hukumnya. Barangsiapa yang melanggar ketentuan yang ditetapkan Allah Swt, niscaya Dia tidak akan

<sup>5</sup> Muhammad Saifullah, *Etika Bisnis Islami Dalam Praktek Bisnis Rasulullah*, dalam jurnal Walisongo, Volume 19, Nomor 1 (Semarang: 2011), 128.

<sup>6</sup> Gelhom dan Gunawan, *Seri Hukum Bisnis: Marger Dalam Prespektif Monopoly* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2000), 7.

<sup>7</sup> Abdul Aziz, *Ekonomi Islam: Analisis Mikro & Makro* ( Yogyakarta: Graha Ilmu. 2008), 8.





memberikan keberkahan usaha yang telah dijalankannya, dan kelak ia akan mendapatkan siksa yang sangat pedih di hadapanNya.

Suatu usaha (perdagangan) yang dibenarkan dalam Islam ialah usaha yang di dalamnya terdapat kemaslahatan-kemaslahatan untuk kepentingan bersama dalam rangka mendekatkan diri kepada Allah Swt. Sebab pada prinsipnya usaha tidak hanya untuk mengejar materi keduniaan, melainkan juga bekal untuk menuju akhirat kelak. Dalam sebuah hadits yang diriwayatkan dari Rafi' bin Khudaij, seseorang berkata kepada Rasulullah Saw, Wahai Rasulullah, apakah pekerjaan yang terbaik? Beliau menjawab: *"usaha yang paling utama ialah hasil usaha seseorang dengan tangannya sendiri dan hasil jual beli yang mabrur"* ( HR. Ahmad dan Bazzar)<sup>8</sup>

Hadits tersebut menjelaskan bahwa usaha akan mulia, manakala dilakukan dengan mabrur, yaitu usaha yang dilakukan dengan cara memenuhi segala aturan-aturan yang telah ditetapkan oleh syariat Islam, baik dari segi syarat, rukun, prinsip maupun akhlaknya.

Dengan kerangka sumber dan landasan yang lengkap, membuktikan bahwa Islam adalah agama yang bukan hanya berkutat di tataran normative. Al Qur'an dan As Sunnah adalah nilai-nilai universal dan absolut yang melampaui dimensi waktu. Pengendalian dalam Islam diatur oleh seperangkat tata nilai etika yang tercantum dalam Al Qur'an, serta langsung menyentuh wilayah publik maupun personal.

Karena itu, kiranya wajib kita sebagai umat Islam untuk juga menelaah faktor-faktor keberhasilan dan perjalanan bisnis yang dicapai oleh Rasulullah Saw, yang salah satunya ialah penerapan etika dalam berbisnis yang sejalan dengan Al Qur'an maupun Sunnah atau biasa dikenal dengan istilah Etika Bisnis Islami. Kata *Islami* merupakan sifat bagi orang-orang yang melakukan ajaran Islam dengan baik dan benar sesuai ajarannya. Kata *Islami* memberikan arti sebagai perbuatan refleksi atas perwujudan dari nilai-nilai ajaran Islam itu sendiri.

<sup>8</sup> Fadlilah Ibnu Sidiq Al-Qadiri, *Strategi...*, 4.



Etika bisnis Islami merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. Karakteristik standar moral bisnis, haruslah memperhatikan; *pertama*, tingkah laku yang diperhatikan dari konsekuensi serius untuk kesejahteraan manusia dan *kedua*, memperhatikan validitas yang cukup tinggi dari bantuan atau keadilan.<sup>9</sup> Sebagai pembeda dengan bisnis non Islami, bisnis Islami di kendalikan oleh aturan halal dan haram, baik dari cara perolehan maupun pemanfaatan harta, sedangkan bisnis non islami berlandaskan sekularisme yang bersendikan pada nilai-nilai material dan tidak memperhatikan aturan halal dan haram dalam setiap perencanaan, pelaksanaan, dan segala usaha yang dilakukan dalam meraih tujuan-tujuan bisnis.<sup>10</sup>

Dalam persaingan bisnis yang ketat ini, bisnis budidaya ikan mampu bersaing dengan bisnis yang lainnya, khususnya budidaya ikan lele. Perkembangan budidaya lele yang sangat baik ini didukung dengan produksi ikan lele yang cukup besar di beberapa provinsi yang menjadi sentra budidaya ikan lele. Salah satunya di Provinsi Jawa Barat.

Jawa Barat adalah provinsi yang dikenal dengan budidaya ikan air tawar. Di provinsi ini terdapat Balai Besar Pengembangan Budidaya Air Tawar yang terletak di Sukabumi. Produksi lele hasil pembudidayaan pada tahun 2009 provinsi Jawa Barat mencapai 48.044 ton. Lele di provinsi dibudidayakan di dalam wadah kolam baik kolam tanah, bak ataupun kolam terpal. Tidak hanya di kolam, disebagian wilayah Jawa Barat juga dikembangkan budidaya lele dengan sistem jaring apung dan budidaya sawah. Pada budidaya sawah umumnya lele dibudidayakan untuk pendederan ikan. Sentra budidaya ikan lele Provinsi Jawa Barat terletak di kabupaten Bogor dan Kabupaten Indramayu. Selain dua kabupaten tersebut, ada tiga kabupaten yang produksinya pada tahun 2009

<sup>9</sup> Djohar Arifin dan Abdul Aziz, *Etika ...*, 15.

<sup>10</sup> Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjayakusuma, *Menggagas Bisnis Islam* (Jakarta: Gema Insani, 2002), 21.

mencapai di atas 1.000 ton. Ketiga kabupaten tersebut yaitu kabupaten Subang, kabupaten Ciamis dan kabupaten Bandung.<sup>11</sup>

Salah-satu bisnis budidaya ikan lele yang sukses adalah kelompok budidaya Kersa Mulya Bakti yang mampu memenangkan persaingan dalam usaha pembudidayaan, tahun 2008 yang lalu, kelompoknya mampu menyabet penghargaan sebagai kelompok paling berprestasi di tingkat provinsi yang diadakan oleh Dinas Perikanan Provinsi Jawa Barat. Menurut penyuluh dari Diskanlut Kab. Cirebon, Kelompok Kersa Mulya Bakti terpilih mewakili Kab. Cirebon dan menyisihkan sekitar 212 kelompok nelayan, pengolah dan pembudidaya lainnya untuk maju ke pemilihan kelompok berprestasi tingkat provinsi.<sup>12</sup> Dalam kesuksesannya tersebut apakah Kersa Mulya Bakti dalam menjalankan strategi bisnisnya apakah sudah sesuai dengan aturan-aturan Islam, Karena kegiatan bisnis bukan hanya sebatas hubungan dengan sesama manusia melainkan sebuah pertanggungjawaban atas hak-hak manusia dihadapan Allah Swt. Oleh karena itu, etika dalam berbisnis seyogyanya sangatlah penting untuk diaktualisasikan dalam suatu perusahaan. Salah satu diantara etika bisnis tersebut adalah kejujuran. Inilah poin penting yang selalu di tunjukan Rosulullah, sehingga Beliau diberi julukan “*al-amin*”<sup>13</sup>

Dalam persaingan bisnis, fungsi dari Etika Bisnis Islami ini salah-satunya adalah untuk membekali para pelaku bisnis untuk membangun kode etik Islam yang mengatur, mengembangkan dan menancapkan metode bersaing dalam berbisnis dalam kerangka ajaran agama, serta kode etik ini dapat menjadi dasar hukum dalam menetapkan tanggung jawab pelaku bisnis, terutama bagi diri mereka sendiri, antara komunitas bisnis, masyarakat dan di atas segalanya adalah tanggung jawab dihadapan Allah Swt.<sup>14</sup>

<sup>11</sup> DJPB, *Berita*, <http://www.djpb.kkp.go.id/> . Diakses tanggal 1 Desember 2014.

<sup>12</sup> Fadly, *Suganda Juara Lele Jawa Barat*. <http://ceritafadly.woodpress.com> , Diakses tanggal 10 November 2014.

<sup>13</sup>Abdurrahman Sandriyane Wahid, *Ilham Juara Berbisnis dari Strategi Perang Nabi* (Yogyakarta: DIVA Press, 2013), 64.

<sup>14</sup> Faisal Badroen, dkk., *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2007), 23.







Dengan fungsi Etika Bisnis Islami tersebut dapat menciptakan persaingan bisnis yang positif dalam berkompetitif. Harapannya, Etika bisnis Islam ini dapat diterapkan disemua bidang usaha tanpa terkecuali pada Kersa Mulya Bakti, yang menjadi objek bahasan dari penelitian ini. Kersa Mulya Bakti adalah jenis usaha pembudidayaan ikan air tawar yang berbentuk kelompok, yang kegiatannya memproduksi ikan lele konsumsi. Usaha budidaya ini berlokasi di Desa Kertasura, Kecamatan Kapetakan Kabupaten Cirebon. Namun dalam kegiatannya, bagaimanakah strategi bisnis budidaya ikan lele kelompok Kersa Mulya Bakti dilihat dari sudut pandang etika bisnis Islami serta bagaimana kelompok Kersa Mulya Bakti menyusun prinsip-prinsip strategi bisnisnya.

Berangkat dari uraian diatas, menurut penulis penting untuk di perhatikan. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan ingin mengangkat hal tersebut dalam suatu skripsi penelitian yang berjudul **“STRATEGI BISNIS BUDIDAYA IKAN LELE PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAMI (Studi Kasus di Kelompok Budidaya Ikan Lele Kersa Mulya Bakti Kec. Kapetakan Kab. Cirebon)”**.

## B. Batasan dan Perumusan Masalah

1. Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah yang akan dibahas pada karya tulis ini, di arahkan dalam rangka meneliti strategi bisnis budidaya ikan lele di Kersa Mulya Bakti Kec. Kapetakan Kab. Cirebon dalam oprasionalnya sesuai dengan perspektif etika bisnis Islami serta langkah-langkah penyusunan prinsip-prinsip strategi bisnisnya.
2. Perumusan Masalah  
 Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah:
  - a. Bagaimana strategi bisnis budidaya ikan lele Kersa Mulya Bakti Kec. Kapetakan Kab. Cirebon dilihat dari sudut pandang etika bisnis Islami?

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
  2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
- b. Bagaimanakah langkah-langkah kelompok budidaya ikan lele Kersa Mulya Bakti Kec. Kapetakan Kab. Cirebon dalam menyusun prinsip-prinsip strategi bisnisnya?

### C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

#### 1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

- a. Mengungkapkan bagaimana strategi bisnis budidaya ikan lele yang diterapkan kelompok Kersa Mulya Bakti Kec. Kapetakan Kab. Cirebon dilihat dari sudut pandang etika bisnis Islami.
- b. Mengungkapkan langkah-langkah kelompok budidaya ikan lele Kersa Mulya Bakti Kec. Kapetakan Kab. Cirebon dalam menyusun prinsip-prinsip strategi bisnisnya.

#### 2. Manfaat Penelitian

- a. Bagi penulis
  - 1) Sebagai sarana untuk mengaplikasikan berbagai teori yang diperoleh selama perkuliahan.
  - 2) Sebagai sarana untuk menambah wawasan peneliti terutama yang berhubungan dengan bidang yang ditekuni selama ini.
  - 3) Menambah pengalaman dan sarana latihan dalam menganalisis serta memecahkan masalah yang ada.
- b. Bagi Pihak Lain
  - 1) Sebagai bahan perbandingan untuk menambah pengetahuan khususnya bagi pihak-pihak yang tertarik pada masalah yang dibahas untuk diteliti lebih lanjut.
  - 2) Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan sumbangan konsep dalam pemecahan masalah.



## D. Literatur Review

Penelitian terdahulu memuat sistematika tentang penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang ada hubungannya dengan penelitian yang akan penulis lakukan. Dalam skripsi ini penulis telah melakukan kajian pustaka dengan melihat relevansinya dengan permasalahan yang penulis teliti, yang diantaranya sebagai berikut:

Tabel 1.1

Literatur review

No	Penulis	Judul	Tahun	Metode	Hasil Penelitian
1	Muhammad Faiz Rosyadi <sup>15</sup>	Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention (Studi Kasus Pada Bank BPD DIY Cabang Syariah)	2012	Kuantitatif	variabel keadilan (' <i>adl</i> ), kehendak bebas ( <i>free will</i> ), tanggungjawab ( <i>responsibility</i> ), dan kebenaran, berpengaruh signifikan terhadap customer retention Bank BPD DIY Cabang Syariah.
2	Muhammad Saman <sup>16</sup>	Persaingan Industry PT Pancatama Centralindo (Perspektif Etika Bisnis Islam)	2010	Kualitatif	Kekuatan strategi PT Pancatama Centralindo terletak pada kemampuan untuk dapat melihat kondisi trend an situasi lingkungan bisnis

<sup>15</sup> Muhammad Faiz Rosyadi, *Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention (Studi Kasus Pada Bank BPD DIY Cabang Syariah)*, Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum, Prodi Keuangan Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2012.

<sup>16</sup> Muhammad Saman, *Persaingan Industry PT Pancatama Centralindo (Perspektif Etika Bisnis Islam)*, Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum, Prodi Muamalah Kosentrasi Perbankan Syariah, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2010.





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon

					yang berubah-ubah serta mengedepankan SDM yang memiliki semangat dagang tinggi, etos kerja tinggi dan akhlak/ etika yang baik terhadap pemimpin maupun konsumen.
3	Zulkipli <sup>17</sup>	Etika Bisnis Islami dalam Persaingan Usaha pada PT Asuransi Syariah Mubarakah	2010	kualitatif	Etika bisnis dalam persaingan usaha pada PT Asuransi Syariah Mubarakah sudah di dasari oleh syariat Islam, sehingga dapat memberikan batasan-batasan para pelaku dalam aktivitasnya, dengan dampak positif pada PT Asuransi Syariah Mubarakah yang dapat berjalan sesuai dengan syariat Islam sehingga dapat menampilkan budaya dari perusahaan yang Islami.
4	Cecep	Strategi	2010	Kualitatif	Alternatif strategi yang

<sup>17</sup> Zulkipli, *Etika Bisnis Islami dalam Persaingan Usaha pada PT Asuransi Syariah Mubarakah*, Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum, Prodi Muamalah Kosentrasi Asuransi Syariah, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2010.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon  
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

	Suhardedi <sup>18</sup>	Pengembangan Usaha Pembenihan Lele Dumbo (Clarias Gariiepinus) Di Kabupaten Boyolali			dapat diterapkan dalam mengembangkan usaha pembenihan lele dumbo di Kabupaten Boyolali yaitu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk benih lele dumbo dan mempererat kemitraan untuk mempertahankan pelanggan dan membuka pasar baru, mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk benih lele dumbo
5	Komaria <sup>19</sup>	Formulasi Strategi Usaha Pengolahan Hasil Perikanan Laut Secara Tradisional Di Kota Pekalongan	2004	Kualitatif	Usaha pengolahan ikan segar di Kota Pekalongan dengan kondisi relative stabil, dengan strategi pengolahan dan pengembangan yang perlu dilakukan pada usaha ini meliputi:

<sup>18</sup> Cecep Suhardedi, *Strategi Pengembangan Usaha Pembenihan Lele Dumbo (Clarias Gariiepinus) Di Kabupaten Boyolali*, Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2010.

<sup>19</sup> Komaria, *Formulasi Strategi Usaha Pengolahan Hasil Perikanan Laut Secara Tradisional Di Kota Pekalongan*, Tesis Program Pasca Sarjana Universitas Diponogoro, Semarang, 2004.



					1. Pemantapan stabilitas usaha. 2. Pertumbuhan dan perkembangan usaha.
--	--	--	--	--	---

Dari hasil penelitian terdahulu tersebut, penulis melihat bahwa etika bisnis Islami mempunyai pengaruh terhadap Customer Retention ataupun persaingan usaha suatu perusahaan, yang mana hal demikian berdampak positif terhadap profit. Tidak hanya itu, penerapan etika bisnis Islami juga dapat memberikan batasan-batasan para pelaku dalam aktivitasnya, sehingga dalam kegiatan bisnis akan sejalan sesuai dengan aturan-aturan syariat Islam. Selain itu, dalam menjalankan usaha dibutuhkan sebuah strategi, yang mana strategi itu menjamin keberlangsungan produksi perusahaan, yang pada akhirnya diharapkan strategi ini dapat memenangkan persaingan pasar. Dari sumber-sumber literature tersebut, penulis ingin meneruskan penelitian mengenai strategi bisnis Kersa Mulya Bakti Kec. Kapetakan Kab. Cirebon prespektif etika bisnis Islami, yang kemudian diharapkan penelitian penulis dapat mengembangkan penelitian-penelitian sebelumnya.

#### D. Kerangka Pemikiran

Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting.<sup>20</sup> Suatu penelitian perlu dijelaskan dan dirumuskan kedalam bentuk yang didasarkan pada kerangka berfikir.

Kata “strategi” berasal dari turunan kata bahasa Yunani, “*stratēgos*”. Sedangkan menurut Arnoldo C. Hax dan Nicholas S. Manjluk (1991), “*The Strategy Process and Concept: a pragmatic approach*”, Prentice Hall

<sup>20</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2008), 60.



International Ed., mendefinisikan strategi sebagai cara menuntun perusahaan pada sasaran utama pengembangan nilai korporasi, kapabilitas manajerial, tanggungjawab organisasi, dan sistem administrasi yang menghubungkan pengambilan keputusan strategik dan operasional pada seluruh tingkat hirarki, dan melewati seluruh lini bisnis dan fungsi otoritas perusahaan.<sup>21</sup> Sedangkan kata “bisnis” dalam Bahasa Indonesia diserap dari kata “*business*” dari Bahasa Inggris yang berarti kesibukan, jadi bisnis adalah kesibukan yang berorientasi pada keuntungan.<sup>22</sup>

Penelitian ini dimulai dengan mengungkapkan strategi bisnis yang digunakan kelompok budidaya lele Kersa Mulya bakti dalam oprasioanalnya, meliputi proses budidaya, pemasaran dan keorganisasiannya, yang kesemuanya dilihat dari sudut pandang etika bisnis Islami. Strategi bisnis ini sangat penting, mengingat dalam dunia bisnis dengan tingkat persaingan yang ketat dan lingkungan yang dinamis, strategi merupakan kunci dari pencapaian keunggulan bersaing dan keberhasilan sebuah bisnis/usaha, tidak terkecuali usaha budidaya perikanan.

Strategi itu sendiri merupakan pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasifaktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan dan memiliki teknik untuk mencapai tujuan secara efektif. Jadi strategi bisnis ini adalah suatu kegiatan pelaksanaan, perencanaan, dan eksekusi suatu aktifitas dalam organisasi menjual barang atau jasa kepada kosumen atau organisasi lainnya dengan tujuan mendapatkan laba.<sup>23</sup> Yang mana hal tersebut wajib diterapkan bagi pembisnis dalam mencapai keberhasilan dalam berbisnis,

<sup>21</sup> Efendi Arianto, *pengertian Strategi*. <http://strategika.wordpress.com> , Diakses tanggal 1 Desember 2014.

<sup>22</sup> Djohar Arifin dan Abdul Aziz. *Etika ...*, 9-10.

<sup>23</sup> Andreas, *Strategi Bisnis*. <http://andreas.blog.teknikindustri.ft.mercubuana.ac.id> . Diakses tanggal 5 November 2014.



khususnya bagi bisnis budidaya perikanan yang tahun ketahun persaingan bisnisnya semakin ketat.

Langkah selanjutnya adalah mengungkapkan bagaimana langkah-langkah kelompok budidaya ikan lele Kersa Mulya Bakti dalam menyusun prinsip-prinsip strategi bisnisnya. Apakah prinsip-prinsip strategi bisnis yang sudah di ungkapkan tadi terdapat relevansi landasan dasar Islam, yaitu Al Qur'an dan Sunnah. Mengingat Islam adalah agama yang sempurna yang mempunyai aturan dalam mengatur segala aktivitas manusia di bumi ini, tanpa terkecuali masalah bisnis ini, yang biasa dikenal dengan istilah *Etika Bisnis Islami*.

Dalam studi Islam istilah etika senada dengan al khuluq. Dalam al Qur'an kata ini hanya ditemukan dalam bentuk tunggal (al-khuluq) dalam surat al Qalam ayat 4 sebagai nilai konsiderans atas pengangkatan Muhammad sebagai Rasul. (Sesungguhnya engkau Muhammad berada di atas budi pekerti yang agung). Al-khuluq artinya innate peculiarity, natural disposition, character, temper, nature. Dengan demikian maka akhlak adalah perilaku seseorang yang berkaitan dengan baik dan buruk, dan setiap manusia memiliki dua potensi di atas. Hanya saja dalam Islam potensi baik lebih dulu menghiiasi diri manusia daripada potensi untuk berbuat kejahatan. Dengan demikian maka etika bisnis yang dimaksud dalam tulisan ini adalah seperangkat prinsip-prinsip etika yang membedakan yang baik dan yang buruk, harus, benar, salah, dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan seseorang untuk mengaplikasikannya atas apa saja dalam dunia bisnis.<sup>24</sup>



Gambar 1.1

Kerangka Pemikiran

<sup>24</sup> Muhammad Saifullah, *Etika Bisnis...*, 6.





## E. Metodologi Penelitian

Berbagai hal yang berkaitan dengan metodologi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini dapat dijelaskan secara singkat sebagai berikut:

### 1. Jenis Penelitian

Dalam penyusunan penelitian ini penulis menggunakan metode penulisan kualitatif, yang mana menurut Bogdan dan Taylor, Metode Kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara utuh. Penelitian kualitatif juga berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya dari eksperimen) dimana peneliti sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.<sup>25</sup>

### 2. Sumber dan Jenis Data

Menurut Lofland (1984:47) sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah *kata-kata* dan *tindakan*. Selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Berkaitan dengan hal itu pada bagian ini jenis datanya dibagi kedalam kata-kata dan tindakan, sumber data tertulis, foto dan statistik.

#### a. Kata-kata dan tindakan

Kata-kata dan tindakan orang-orang yang diamati atau diwawancarai merupakan sumber data utama. Sumber data utama dicatat melalui catatan tertulis atau melalui perekaman video atau pengambilan foto. Pencatatan sumber data utama melalui wawancara atau pengamatan berpartisipatif merupakan hasil usaha gabungan dari kegiatan melihat, mendengar, dan bertanya.

#### b. Sumber tertulis

Sumber tertulis ini meliputi buku, majalah ilmiah, disertasi atau tesis. bisa juga buku terbitan pemerintah, majalah-majalah ilmiah seperti jurnal

---

<sup>25</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* ..., 9.





tempat menerbitkan penemuan-penemuan hasil penelitian, atau sumber tertulis lainnya yaitu dokumen pribadi, yaitu tulisan tentang diri seseorang yang ditulisnya sendiri. bisa berupa surat, buku harian, anggaran penerimaan ataupun pengeluaran.

c. Foto

Foto ini bisa dipakai sebagai alat untuk keperluan penelitian kualitatif karena dapat dipakai dalam berbagai keperluan. Foto menghasilkan data deskriptif yang cukup berharga dan sering di gunakan untuk menelaah segi-segi subjektif dan hasilnya sering dianalisis secara induktif.

d. Statistik

Penelitian kualitatif sering juga menggunakan data statistic yang telah tersedia sebagai sumber data tambahan bagi keperluannya. Statistik ini dapat membantu memberi gambaran tentang kecenderungan subjek pada latar belakang penelitian.<sup>26</sup>

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif instrument utamanya adalah peneliti sendiri, namun selanjutnya setelah fokus penelitian menjadi jelas, maka kemungkinan akan dikembangkan instrument penelitian sederhana, yang diharapkan dapat melengkapi data dan membandingkan dengan data yang telah ditemukan melalui observasi dan wawancara. Peneliti akan terjun ke lapangan sendiri, baik pada *grand tour question*, tahap *focused and selection*, melakukan pengumpulan data, analisis dan membuat kesimpulan.

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber dan berbagai cara. Jika dilihat dari settingannya, data dapat dikumpulkan pada setting alamiah, dirumah dengan berbagai responden, pada satu seminar, diskusi dan lain-lain. Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan data primer dan sumber sekunder.

<sup>26</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2004), 157-162.

*Sumber primer* adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan *sumber sekunder* merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Selanjutnya bila dilihat dari segi cara dan teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan), interview (wawancara), kuisioner (angket), dokumentasi dan gabungan keempatnya (triangulasi).

#### 4. Teknik Analisis Data

Analisis *data kualitatif* ( Bogdan & Biken, 1992) adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Dalam analisis ada tiga metode yang digunakan, yaitu metode perbandingan tetap (*Constant Comparative Method*), metode analisis data menurut Spardley sebagai yang ditemukan dalam bukunya *participant Observasion*, dan metode yang dikemukakan Miles & Huberman yang dikemukakan dalam buku *Qualitative Data Analysis*. Dan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis data yang ketiga, adapun langkah-langkahnya sebagai berikut:

##### 1. *Data reduction* ( reduksi data)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, maka perlu dicatat secara rinci dan teliti, untuk itu perlu dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum. Memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dicari tema polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas.

##### 2. *Data display* ( penyajian data)

Setelah direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dengan mendisplaykan tersebut maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan



apa yang telah difahami tersebut. Selanjutnya disarankan, dalam melakukan display data, selain dengan teks naratif, juga dapat berupa grafik, matrik, network dan chart.

### 3. *Conclusion Drawing / Verivication*

Langkah ketiga yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masi remang-remang sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.<sup>27</sup>

## F. Sistematika Penulisan

Untuk menyusun penelitian ini, sistematika penulisan diperlukan untuk menghasilkan penelitian yang sesuai dengan kaidah-kaidah metode penulisan karya ilmiah. Sistematika pembahasan menggambarkan alur pemikiran penulis dari awal hingga kesimpulan akhir. Sistematika pembahasan penelitian ini adalah sebagai berikut.

Bab I Pendahuluan. Bab ini berisi tentang pendahuluan sebagai acuan dalam penelitian dan sebagai pengantar skripsi secara keseluruhan. Bab ini terdiri dari latar belakang masalah yang menguraikan alasan dan motivasi penelitian, selanjutnya rumusan masalah sebagai inti dari penelitian, kemudian dilanjutkan dengan tujuan dan kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, serta metodologi penulisan.

Bab II Kerangka Teori. Yaitu membahas mengenai: kajian umum bisnis, kajian umum strategi dan pengertian serta cara budidaya perikanan yang kemudian dilanjutkan dengan pengertian dan prinsip-prinsip etika bisnis Islami.

Bab III Kondisi Objektif. Yaitu membahas tentang sejarah berdirinya Kersa Mulya Bakti Kec. Kapetakan Kab.Cirebon, letak geografis, struktur organisasi serta kondisi perikannya.

<sup>27</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian...*, 253.



Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan. Yaitu memaparkan tentang strategi bisnis yang digunakan Kersa Mulya Bakti Kec. Kapetakan Kab. Cirebon, baik dari teknik budidayanya, pemasarannya dan keorganisasiannya. serta dilanjutkan dengan memaparkan langkah-langkah Kersa Mulya Bakti dalam menyusun prinsip-prinsip strategi bisnisnya, yang semuanya di tinjau dari segi Etika Bisnis Islami.

Bab V Penutup. Bab ini memuat kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran atas hasil penelitian yang ditujukan kepada berbagai pihak serta keterbatasan peneliti atas penelitian yang dilakukan.







## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Strategi bisnis budidaya ikan lele meliputi: *pertama*, teknik budidayanya yang menggunakan Standar Oprasional Prosedur (SOP) tersendiri. *Kedua*, teknik pemasaran hasil budidayanya, yang meliputi pembentukan Kelompok Usaha Perikanan (Pokdakan), melakukan proses penimbangan secara adil (Qs. Al An'am 152), menggunakad akad transaksi langsung dengan pencatatan pada setiap transaksinya (Qs. Al Baqarah 282). Dan *ketiga*, keorganisasian yang berprinsip kejujuran, kekeluargaan dan bekerja keras (Qs. Al Jumu'ah 10 & Hadits Muslim No. 6586).

Salah satu strategi bisnis kelompok budidaya ikan lele Kersa Mulya Bakti adalah pada keorganisasiannya yang berprinsip kejujuran dengan saling menjaga kepercayaan, kekeluargaan dengan menjaga silaturahmi serta bekerja keras. Prinsip-prinsip tersebut tidak tertulis, melainkan sebuah kesadaran masing-masing anggota yang sudah menjadi kebiasaan yang melekat para diri anggota. Adapun langkah-langkah Kersa Mulya Bakti dalam menyusun prinsip-prinsip strategi bisnisnya adalah: *Pertama*, Melakukan Analisa lingkungan. *Kedua*, Bermusyawarah. *Ketiga*, Menyamakan kesadaran untuk selalu berbuat jujur dan bekerja keras.

#### B. Saran

Dilihat dari prestasinya Kersa Mulya Bakti mempunyai prospek bisnis yang bagus. Kersa Mulya Bakti bisa melebarkan bisnis budidayanya lebih luas lagi. Sehingga tujuannya tidak hanya untuk memperbaiki ekonomi keluarga dan masyarakat setempat, tetapi ekonomi masyarakat Cirebon terkhususnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2003. *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islami*. Bandung: Alfabeta.
- Al-Qadiri, Fadlilah Ibnu Sidiq. 2009. *Strategi Aman Berbisnis Sukses*. Yogyakarta: Surya Media.
- Anani, Yusni. *Strategi dan Taktik*, <http://yc7lvx.wordpress.com>. Diakses tanggal 23 Januari 2014.
- Andreas. *Strategi Bisnis*. <http://andreas.blog.teknikindustri.ft.mercubuana.ac.id> . Diakses tanggal 5 November 2014.
- Arianto, Efendi. *pengertian Strategi*. <http://strategika.wordpress.com>. Diakses tanggal 1 Desember 2014.
- Arifin, Djohar dan Abdul Aziz. 2013. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Deepublish.
- Aziz, Abdul. 2008. *Ekonomi Islam: Analisis Mikro & Makro* .Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Badroen, Faisal, dkk. 2007. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Bahar, Zuardi. 2011. *Bisnis Monopoli dalam Tinjauan Hukum Islam*. Cirebon: Pangger Press.
- Bakhri, Mokh. Syaiful. 2012. *Sukses Berbisnis ala Rosulullah SAW* . Jakarta: Erlangga.
- Beekum, Rafik Issa. 2004. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Chaudhry, Muhammad Sharif. 2012. *Sistim Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- DJPB. *Berita*. <http://www.djpb.kkp.go.id/> . Diakses tanggal 1 Desember 2014.
- Fadly, Suganda Juara Lele Jawa Barat. <http://ceritafadly.wordpress.com>. Diakses tanggal 10 November 2014.
- Gelhom dan Gunawan. 2007. *Seri Hukum Bisnis: Marger Dalam Prespektif Monopoly*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Haerisma, Alvien S. 2011. *Dinar & Dirham*. Cirebon: Eduvision Publishing.



- Haibuan, Malayu S.P. 2009. *Manajemen Dasar Pengertian dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hamka. 1983. *Tafsir Al Azhar Juz X.XVII*. Jakarta: Pustaka Panjimas.
- 1984. *Tafsir Al Azhar Juz III*. Jakarta: Pustaka Panjimas.
- 1984. *Tafsir Al Azhar Juz VI* . Jakarta: Pustaka Panjimas.
- 1988. *Tafsir Al Azhar Juz XXIX* . Jakarta: Pustaka Panjimas.
- 2003. *Tafsir Al Azhar Jilid 1*. Singapura: Pustaka Nasional PTE LTD.
- 2003. *Tafsir Al Azhar Jilid 3* . Singapura: Pustaka Nasional PTE LTD.
- Harahap, Sofyan S. 2011. *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam* . Jakarta: Salemba Empat.
- Jusmaliani, Dkk. 2008. *Bisnis Berbasis Syariah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Komaria. 2004. *Formulasi Strategi Usaha Pengolahan Hasil Perikanan Laut Secara Tradisional Di Kota Pekalongan*, Tesis Program Pasca Sarjana Universitas Diponogoro, Semarang.
- Kuncoro, Mudrajad. 2005. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif* . Yogyakarta: Erlangga.
- Kusnadi. 2000. *Pengantar Manajemen Strategi*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Mahyuddin , Kholis. 2008. *Panduan Lengkap Agribisnis Lele*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Moelyono, Mauled. 2010. *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan*. Jakarta: Rajawali Press.
- Moleong, Lexy J. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mutaqin,Andri.*BabI Pendahuluan*. <http://Andresanggurudanpengusaha.blogspot.com>. Diakses tanggal 10 April 2015.
- Oliver, Sandra. 2007. *Strategi Public Relations*. Jakarta: Esensi Erlangga Grup.
- Porter, Michael E. 1993. *Keunggulan Bersaing: Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. Jakarta: Erlangga.
- Prahasta, Arief & Hasanawi Masturi. 2009. *Agribisnis Lele*. Bandung: Pustaka Grafika.



- Praja, Juhaya S. 2000. *Tafsir Hikmah*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Qardhawi, Yusuf. 2001. *Peran Nilai dan Moral Dalam Perekonomian Islam*. Jakarta: Robbani Press.
- Rasa, Tri Mardi, *Suganda Magnet dari Desa Kertasura*, Tabloid Agrina Vol. 10, No. 229, Edisi 28 Mei 2014.
- Rivai, Veithzal dkk. 2012. *Islamic Business and Economic Ethics*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rosyadi, Muhammad Faiz. 2012. *Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention (Studi Kasus Pada Bank BPD DIY Cabang Syariah)*. Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum, Prodi Keuangan Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Rusyd, Ibnu. 2007. *Bidayatul Mujtahid Jilid 3*. Jakarta: Pustaka Amani.
- Saifullah, Muhammad. 2011. *Etika Bisnis Islami Dalam Praktek Bisnis Rasulullah*, dalam jurnal Walisongo, Volume 19, Nomor 1. Semarang.
- Saman, Muhammad. 2010. *Persaingan Industry PT Pancatama Centralindo (Perspektif Etika Bisnis Islam)*, Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum, Prodi Muamalah Kosentrasi Perbankan Syariah, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Shahata, Hussain Hussain. 1999. *Business Ethics in Islam*. Tk: Al Falah Foundation.
- Siagian, Sondang P. 1985. *Analisis Serta Perumusan Kebijaksanaan dan Strategi Organisasi*. Jakarta: Gunung Agung.
- Soesono, Slamet. 1977. *Dasar-Dasar Perikanan Umum*. Jakarta: Yasaguna.
- Suarsana, I. *Pengertian Budidaya Perikanan/Budidaya Perairan/Akuakultur*, Peribudi.Blogspot. Diakses tanggal 12 Februari 2015.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhardedi, Cecep . 2010. *Strategi Pengembangan Usaha Pembenihan Lele Dumbo (Clarias Gariepinus) Di Kabupaten Boyolali*, Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- Sukristono. 1995. *Perencanaan Strategis Bank* . Jakarta: PT. Dhasa warna.
- Suyanto, S. Rachmatun. 1990. *Budidaya Ikan Lele*. Jakarta: Swadaya.





Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2004 Tentang Perikanan.  
Diakses tanggal 12 Februari 2015.

Wahid, Abdurrahman Sandriyane. 2013. *Ilham Juara Berbisnis dari Strategi Perang Nabi*. Yogyakarta: Diva Press.

Wahid, Abdurrahman Sandriyane. 2013. *Ilham Juara Berbisnis dari Strategi Perang Nabi*. Yogyakarta: DIVA Press.

Yusanto, Muhammad Ismail dan Mukammad Karebet Widjayakusuma. 2002. *Menggagas Bisnis Islam*. Jakarta: Gema Insani.

Zulkipli. 2010. *Etika Bisnis Islami dalam Persaingan Usaha pada PT Asuransi Syariah Mubarakah*, Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum, Prodi Muamalah Kosentrasi Asuransi Syariah, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta.

